

miento en la demanda de inversión. En el lapso comprendido entre 1975 y 1976 al cambiar esta situación se recuperó la demanda industrial. Si además se tiene en cuenta la situación especial de la demanda en el Medio y Lejano Oriente, principalmente por artículos de joyería y otros con carácter de cuasi-inversión, encontramos una razón mayor para ese fortalecimiento de la demanda industrial.

La tendencia al alza que se registra en el precio en 1977 como corolario del aumento del interés de inversionistas y especuladores no ha afectado la demanda industrial como era de suponer. En este juego del precio siguen como sombras las expectativas sobre las existencias oficiales del metal, que irán a afectar la conducta de la demanda por motivos de inversión.

Teniendo en cuenta lo anterior, se puede afirmar que a pesar de la política internacional de desmonetización del oro, la demanda de inversión aún sigue siendo variable importante, y hasta cierto punto crítica, ya que cualquier cambio que se genere en la política de atesoramiento puede modificar la tendencia de los precios en forma inmediata.

Conclusiones

De este análisis se obtienen algunas conclusiones de carácter general que se pueden tomar como pautas para evaluar el desarrollo futuro del mercado:

1. Existe una tendencia al alza en el precio del metal por efecto de los aumentos en los costos de producción.
2. Se reconoce que el déficit de oferta del metal no se ha visto afectado por las licitaciones del FMI; es decir, se acepta que el mercado continúa bajo presión de demanda.
3. La producción tiene tendencia a disminuir con el aumento en el precio.
4. Desde el punto de vista de venta de oro en los mercados internacionales, ha cobrado importancia la acuñación de monedas dirigida al mundo numismático.
5. La política de desmonetización del oro no ha ocasionado fluctuaciones preocupantes en los componentes del mercado internacional del metal; pero existe la inquietud de las decisiones que se puedan tomar con respecto a existencias oficiales.

ASPECTOS DESTACADOS DEL COMERCIO DE CUCUTA Y SU ZONA DE INFLUENCIA SEGUN CENSO COMERCIAL DE 1976

POR FREDDY HUNG Y ALIRIO VILLAMIZAR *

La actividad comercial de nuestra zona fronteriza con Venezuela ha sido motivo de creciente preocupación y estudio, habida cuenta nuestras características de exportadores de bienes primarios, algunas materias primas, productos manufacturados básicos y mano de obra barata, frente a una economía venezolana con tendencia importadora de bienes y servicios, dados sus cuantiosos recursos provenientes de la venta de petróleo y de su moneda relativamente fuerte y estable.

Como una contribución adicional, este trabajo presenta en su primera parte algunas características importantes relacionadas con el comportamiento del comercio en la zona en los últimos años, la evolución de la tasa de cambio y del índice del poder adquisitivo del bolívar, los cambios en algunas cuentas consolidadas de la economía venezolana y determina-

dos indicadores, mediante los cuales se examina la dependencia del empleo y del ingreso regionales, respecto al gasto venezolano en la frontera. En la segunda parte se explican los aspectos metodológicos del censo comercial efectuado en Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario durante 1976, se analizan sus resultados respecto al volumen de las operaciones, los componentes de la demanda comercial según principales renglones de mercancías vendidas y la creación de nuevos establecimientos dedicados al comercio. Por último, se presentan algunas conclusiones de carácter general.

* Del Banco de la República, Departamento de Investigaciones Económicas. Este trabajo se realizó con la colaboración de la Sección de Investigaciones Económicas de la Sucursal de Cúcuta y del Departamento de Sistemas del Banco de la República. Los autores agradecen a los doctores Francisco J. Ortega A., Gustavo Navarrete T. y Edgar M. Díaz B. sus comentarios y sugerencias.

1. Aspectos destacados del comercio de Cúcuta

En la parte central de la frontera colombiana con Venezuela se ha constituido un importante sector comercial y de servicios como consecuencia de la demanda venezolana, advertida en la zona desde muchos años atrás.

Anteriormente el comprador venezolano aprovechaba las ventajas comparativas que ofrecía Colombia por sus niveles de precios y el tipo de cambio favorable. En los últimos años, el incremento del ingreso venezolano, a raíz de los reajustes de los precios internacionales del petróleo, mejoró su poder de compra, circunstancia que se reflejó en las actividades comerciales de la frontera.

Las operaciones realizadas en este comercio constituyen una de las principales fuentes del empleo y del ingreso regionales, a la vez que generan una parte considerable de las divisas reintegradas por concepto de servicios en la balanza cambiaria.

La economía de la zona fronteriza colombiana tiene una doble dependencia de la demanda venezolana: una directa, resultante del gasto que hace el visitante del vecino país y otra derivada, en virtud del empleo y del ingreso que ese gasto genera en el área, lo cual a su vez, afecta la demanda final en la misma región.

1.1 Comportamiento del comercio en los últimos diez años

La actividad comercial de Cúcuta presenta tres fases definidas en la última década: en 1968 y 1969 el índice de las ventas en los principales almacenes de esta ciudad, tuvo variaciones superiores al indicador

nacional, en el quinquenio siguiente, sus tasas de crecimiento anuales fueron inferiores a las señaladas por el índice nacional y a partir de 1975 el índice regional muestra una franca recuperación, pues su tasa anual de crecimiento ha sido más del doble que a nivel nacional.

CUADRO 1

Índice de ventas en los principales almacenes (Variaciones porcentuales)

Años	Cúcuta	Nacional
1967.....	-1,1	10,1
1968.....	34,9	19,4
1969.....	22,9	14,9
1970.....	20,5	26,8
1971.....	8,8	35,1
1972.....	14,2	46,8
1973.....	27,7	46,9
1974.....	30,3	39,6
1975.....	59,2	18,6
1976.....	48,1	17,8

Fuente: Banco de la República, Investigaciones Económicas,

La constante pérdida del poder adquisitivo del bolívar en la frontera, como consecuencia de un crecimiento de los precios colombianos superior al registrado por los de Venezuela y no compensado por el aumento de la tasa de cambio del peso con respecto del bolívar, fue una de las principales causas de la relativa recesión comercial que experimentó la región fronteriza colombiana en los años 1971 a 1974. En ese período, el conjunto de bienes que ofrecía el comercio regional se hizo menos competitivo frente al ofrecido por el comercio venezolano.

CUADRO 2

Tasa de cambio del bolívar en el mercado paralelo e índice del poder adquisitivo

Años	Tasa de cambio del bolívar en el mercado paralelo de Cúcuta (1)		Índice de precios al por mayor				Índice del poder adquisitivo del bolívar	
	Tasa	Variación %	Colombia (1)		Venezuela (2)		Índice 1970=100,0	Variación %
			Índice promedio 1970=100,0	Variación %	Índice promedio 1968=100,0	Variación %		
1971.....	5,02	8,0	111,5	11,5	106,7	3,5	98,5	-1,5
1972.....	5,29	5,4	131,9	18,2	110,4	3,5	95,1	-3,5
1973.....	5,80	9,6	168,7	27,9	117,4	6,3	92,1	-3,2
1974.....	6,43	10,9	229,5	36,0	135,8	15,7	85,4	-7,3
1975.....	7,13	10,9	287,8	25,4	155,3	14,4	83,6	-2,1
1976.....	8,00	12,2	353,8	22,9	167,5	7,9	82,0	-1,9

Fuente: (1) Banco de la República. (2) Banco Central de Venezuela, boletines mensuales.

En 1974, la economía venezolana inicia un ciclo expansivo como consecuencia de la elevación del precio internacional del petróleo, con incrementos del gasto de consumo final que superaron la capacidad de oferta interna de bienes que presentaba Venezue-

la anteriormente. Su economía ha sido tradicionalmente abierta al comercio internacional y a él recurrió para satisfacer el exceso de demanda con un considerable crecimiento de las importaciones de bienes y servicios.

CUADRO 3

Cuentas consolidadas de Venezuela

(Variaciones porcentuales)

Detalle	1971	1972	1973	1974	1975	1976
Exportaciones de bienes y servicios	19,0	11,5	45,2	161,8	-25,3	-12,4
Gastos de consumo final de las administraciones públicas.....	12,7	9,5	12,9	33,2	24,8	24,1
Gasto de consumo final privado	3,8	10,6	7,0	27,0	26,6	17,4
Importaciones de bienes y servicios	7,3	13,2	14,2	49,6	41,1	20,2

Fuente: Banco Central de Venezuela. Informe Económico 1976, cuadro A-IV-1.

Adicionalmente, es oportuno comentar la intención del gobierno venezolano por imprimir a su gestión mayor énfasis en la parte social. Citó su primer mandatario (1) como dentro de su programa de "justicia social", uno de los principales logros obtenidos por su gobierno entre 1975 y 1976, fue incorporación de doscientos veintisiete mil trabajadores a los estratos más elevados de ingreso y ciento treinta y dos mil asalariados que pasaron de los grupos de ingresos más bajos a mejores niveles. También destacó la mayor participación de los trabajadores en la distribución del ingreso nacional del sector interno, al pasar de 59,3% en 1973 a 62,4% en 1975 y que las perspectivas podrían continuar mejorando en el futuro, en favor de la clase laboral.

Los aumentos de sueldos y salarios, las prestaciones de antigüedad y cesantía como derechos adquiridos, la obligación de emplear como aprendices dentro del impulso que la demanda popular ha dado a la economía, ha aumentado considerablemente la participación de los trabajadores en la distribución del ingreso (2).

En términos simplemente monetarios o nominales, la remuneración del factor trabajo creció 71% entre 1973 y 1976. Deducido el efecto inflacionario de los tres años, alrededor de 28,4%, los ingresos reales de los trabajadores venezolanos se incrementaron en 33% aproximadamente, un 10% anual en promedio.

Se ha presentado, en consecuencia, una elevación en el ingreso de las clases trabajadoras de Vene-

zuela con lo cual sus niveles de consumo mejoraron, situación que se ha reflejado en una mayor demanda por cierta clase de bienes, particularmente alimentos y confecciones.

Por su parte, el comercio fronterizo colombiano ha respondido a esta expansión de la demanda venezolana, pues los grupos más representativos de sus establecimientos son aquellos que distribuyen víveres y confecciones. Además, en los dos últimos años abrió sus puertas un considerable número de nuevos almacenes, atraídos por el auge que registra esta actividad en la región.

1.2 Dependencia del empleo y del ingreso regionales respecto del gasto venezolano en la frontera

Parte del empleo y del ingreso regionales dependen del gasto venezolano en la zona. Las dos principales actividades económicas de la región, el comercio y los servicios prestados al público, están muy relacionados con la atención de esta demanda externa y tienen una alta incidencia en la creación del empleo. La participación relativa de estos dos sectores en la cobertura que tiene el Instituto de Seguros Sociales —ISS— en la parte central de la frontera, así lo señala.

(1) Carlos Andrés Pérez, Tercer Mensaje Presidencial al Congreso Venezolano. El Universal, Caracas, marzo 12 de 1977.

(2) Gumersindo Rodríguez, Discurso pronunciado en la Cámara de Diputados del Congreso Nacional de Venezuela, El Universal, Caracas, marzo 31 de 1977.

Trabajadores afiliados al ISS en la región fronteriza central (1)
1974 - 1976

Clase de actividad del patrono	Número de afiliados en diciembre de:						Variación % de afiliados	
	1974	%	1975	%	1976	%	1974-75	1975-76
Comercio	4.666	34,6	5.203	36,1	7.512	38,4	19,2	44,4
Servicios prestados al público	3.375	25,0	3.694	25,6	5.829	29,8	9,5	57,8
Otras actividades	5.463	40,4	5.534	38,3	6.221	31,8	1,3	12,4
Total	13.504	100,0	14.431	100,0	19.562	100,0	6,9	35,6

Fuente: Instituto de Seguros Sociales, Cúcuta. (1) Incluye Cúcuta, Pamplona, Villa del Rosario y el Zulia.

Unido al aumento en el empleo derivado del mayor gasto venezolano, se observa también una mejora en la remuneración al trabajo. El salario promedio calculado para los afiliados al ISS de esta región aumentó 19,6% en 1975 y 25,9% para 1976, mientras los salarios promedios de los afiliados vinculados al comercio, se incrementaron en 17,9 y 27,2%, respectivamente.

CUADRO 5

Salarios promedios pagados a los afiliados al ISS en la región fronteriza central (1)

1974 - 1976

Clase de actividad del patrono	Salario promedio mensual en pesos de diciembre de:			Variación porcentual	
	1974	1975	1976	1974-75	1975-76
Comercio	2.079	2.451	3.117	17,9	27,2
Servicios prestados al público	1.976	2.462	3.078	24,6	25,0
Otras actividades ...	1.848	2.165	2.635	17,2	21,7
Total de afiliados	1.960	2.344	2.952	19,6	25,9

Fuente: Instituto de Seguros Sociales, Cúcuta. (1) Incluye Cúcuta, Pamplona, Villa del Rosario y el Zulia.

2. Censo comercial de Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario - 1976

Con el objeto de obtener mayor información de este sector económico de la región, y de cuantificar la demanda venezolana e identificar los principales productos por ella adquiridos, se realizó un censo comercial en Cúcuta, Pamplona y Villa del Rosario durante 1976. Mediante sus resultados se cuantificó tanto el comercio en general como el orientado hacia los visitantes venezolanos, para ubicar este último dentro del contexto del comercio total.

2.1 Metodología

Definidos los propósitos del estudio, la primera etapa consistió en la realización del denominado precenso, mediante el cual se elaboró el directorio de todos los establecimientos que funcionan con fines de lucro en el centro de Cúcuta y Pamplona, en el Centro Comercial Bolívar y en La Parada de Villa del Rosario; se incluyeron almacenes, ventas, hoteles, restaurantes, tiendas, discotecas, barberías, casas de cambio, cambistas y vendedores callejeros, distribuidores de víveres y mercancías de las plazas de mercado, etc. En todos los casos se trató de obtener una completa identificación del negocio en cuanto a su nombre y dirección. Una vez efectuada esta labor, se separaron y numeraron los almacenes y ventas de tipo comercial, que servirían de marco para la realización del censo propiamente dicho. Este marco incluyó en definitiva los establecimientos definidos en la siguiente forma:

Almacenes. Unidades organizadas para la venta al por mayor o al por menor, con local acondicionado para este fin, se tomaron bajo el título de almacenes. Este grupo, según el precenso, fue el más representativo.

Plazas de mercado. En este grupo se contemplaron todos los puestos de venta que en un recinto se dedican al comercio de alimentos y abarrotes; en su mayoría realizan transacciones al detal y en pocos casos al por mayor.

Mercados populares de mercancías. Se consideraron aquellos negocios agrupados bajo techo que expenden casi exclusivamente mercancías al por menor. Tienen una mejor organización que los mercados de víveres.

Vendedores callejeros. Aquellos diseminados por el centro de la ciudad. Diariamente, al comienzo del

día, colocan las mercancías en las aceras de las calles, y al anochecer, las recogen y guardan. También se consideran en este grupo las casetas ubicadas en las calles, destinadas a vender mercancías al detal.

Los anteriores negocios reunían las características establecidas por la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU) (3), según la cual se catalogan como establecimientos de comercio aquellos dedicados a "la reventa (venta sin transformación) de productos nuevos y usados a comerciantes al por menor; a usuarios industriales o comerciales, a instituciones, o a profesionales, o a otros mayoristas; o las actividades de los agentes que compran mercaderías para esas personas o empresas o que las venden a las mismas" en el caso de comercio al por mayor, y a "la reventa (ventas sin transformación) de productos nuevos o usados al público en general para consumo o uso personal o doméstico, por tiendas, grandes almacenes, puestos, almacenes que reciben encargos por correo, estaciones de gasolina, agentes de venta de automóviles, buhoneros y vendedores ambulantes, cooperativas de consumo, casas de subasta, etc." en el caso del comercio al por menor.

Para la clasificación de las unidades estadísticas de este estudio, se utilizó el desagregado a cinco dígitos que adoptó el DANE de la CIIU, para sus investigaciones estadísticas sobre el comercio.

2.2 Aplicación de muestreo y áreas cubiertas

El trabajo de campo de la investigación se realizó en dos etapas; en la primera se empadronaron la totalidad de los almacenes y en la segunda se agruparon los establecimientos ubicados en las diferentes plazas de mercado, según fueran graneros, expendios de verduras y frutas, de carnes, huevos, pescados, aves, quesos y flores. De cada grupo se seleccionaron muestras representativas mediante la aplicación del muestreo estratificado y selección aleatoria.

De manera similar se procedió con los mercados populares de mercancías, cuyos puestos de ventas se clasificaron así: miscelánea y cacharrería, ropa, artículos de cuero, cigarrillos y dulces, joyas y fantasía, revistas y periódicos, ferretería y mercancías varias no clasificadas. En cambio, como los vendedores callejeros se hallan dispersos en toda el área del censo, solo se tuvo en cuenta para su estratificación la variable clase de mercancía y no su localización.

El área cubierta incluyó los centros de Cúcuta y Pamplona, en los cuales se localizan la mayoría de los establecimientos comerciales de dichas ciudades.

En Cúcuta el área correspondió a las 120 manzanas comprendidas entre las avenidas 0 a 9 y calle 15 a diagonal Santander; además, se censó el centenar de almacenes del Centro Comercial Bolívar, ubicado cerca a la autopista que conduce a la frontera; en Pamplona se censaron las 18 manzanas delimitadas por las carreras 4 a 7 y las calles 4 a 7. También se incluyó el conjunto comercial de La Parada, situado en la proximidad del retén de la aduana de Colombia, en Villa del Rosario.

2.3 Limitaciones de los datos obtenidos

Los gremios económicos de la región coincidieron en la necesidad de realizar un estudio que evaluara la expansión del comercio en los últimos años, determinara sus características más sobresalientes y cuantificara la venta a los venezolanos, de tal manera que cuando fueron informados de la iniciación de este trabajo, ofrecieron su apoyo y colaboración.

Sin embargo, el atraso en los asientos contables o la carencia de libros de contabilidad por parte de algunos establecimientos, así como el carácter cualitativo de ciertas preguntas, dificultaron en algún grado el diligenciamiento de los formularios.

Además, el temor a que la información suministrada fuera empleada con fines fiscales, pudo afectar su veracidad. Asimismo existe la creencia que la mayoría de los estudios hechos por entidades gubernamentales se traducen en la creación de nuevos impuestos o en la elevación de los ya existentes. Por otra parte, también hay la aprensión sobre posibles sanciones por recibir divisas como pago de la venta de mercancías.

Otra de las restricciones consiste en la limitada normalidad del período analizado. Los años 1975 y 1976 no deben considerarse suficientemente representativos, ya que el índice de las ventas en los principales almacenes de Cúcuta señala para estos dos años, el más alto crecimiento relativo del último decenio y corresponden a una fase de recuperación de la actividad comercial después de una recesión, ocurrida entre 1971 y 1974, lo cual acentúa más el crecimiento de las ventas en el período estudiado con respecto a años anteriores.

No obstante lo anterior, cabe destacarse la consistencia que muestran los resultados obtenidos con otros indicadores del comportamiento del comercio fronterizo, como son, la compra de bolívars por parte de la sucursal de la institución de esa ciudad y el aumento relativo del número de personas que

(3) Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. Serie M Nº 4, Rev. 2, 1969, Naciones Unidas, pág. 30.

llegan a Colombia procedentes de Venezuela por los puentes internacionales Simón Bolívar y General Santander, especialmente aquellos que vienen del interior del vecino país.

CUADRO 6

Promedio diario de personas procedentes de Venezuela que ingresaron al país por los puentes internacionales Simón Bolívar y General Santander

Febrero 1975 y octubre 1976

Procedencia	Encuesta realizada en:		
	Febrero/75	Octubre/76	Varia- ción %
De San Antonio o de Ureña...	18.054	24.676	36,7
Resto del Estado de Táchira...	4.451	6.188	39,0
Del resto de Venezuela	952	2.141	124,9
Total	23.457	33.006	40,7

Fuente: Banco de la República - Investigaciones Económicas, Cúcuta.

2.4 Descripción del comercio regional y volumen de las operaciones

Estudiando el comercio, se identificaron siete núcleos o conjuntos de establecimientos. Cinco de ellos ubicados en el centro de Cúcuta, el Centro Comercial Bolívar, las plazas de mercado, los mercados populares de mercancías y las ventas callejeras. A lo anterior se agregaron el centro de Pamplona y La Parada, en Villa del Rosario.

En el año de 1976 funcionaban 3.899 establecimientos distribuidos en esos siete núcleos comerciales. Como se observa en el cuadro 7 esta actividad se concentra en Cúcuta, ciudad donde se localizó el 91,2% de los negocios y donde se realizó el 94,5% de las ventas.

CUADRO 7

Número de establecimientos comerciales y ventas en 1975 y 1976, según localización

Localización	Establecimientos		Ventas anuales. Millones de pesos			Variación % ventas 1976/ 1975
	Número	%	1975	1976		
				Valor	% del total	
Centro de Cúcuta	1.445	37,1	2.804,1	3.791,8	68,4	35,2
Centro Comercial Bolívar	97	2,5	202,3	405,5	7,3	100,4
Plazas de mercado	1.161	29,8	623,7	771,6	13,9	23,7
Mercados populares de mercancías ..	379	9,7	142,7	189,3	3,4	32,7
Ventas callejeras	472	12,1	55,9	82,9	1,5	48,3
Total de Cúcuta	3.554	91,2	3.828,7	5.241,1	94,5	36,9
Centro de Pamplona	228	5,8	139,8	191,0	3,5	36,6
La Parada	117	3,0	89,2	111,4	2,0	24,9
Gran total	3.899	100,0	4.057,7	5.543,5	100,0	36,6

Fuente: Censo comercial de Cúcuta, 1976.

En líneas generales, este comercio está integrado por almacenes que se pueden clasificar, en su gran mayoría, como pequeños y medianos establecimientos, si se tienen en cuenta, su organización económica, el capital vinculado por cada uno de ellos, las ventas anuales que realizan el número de empleados con que laboran habitualmente.

Predominaron los establecimientos sin sucursales, con el 91,1%; de capital inferior a cien mil pesos, el 56,2% del total y con un millón de pesos o menos, el 93,4%. En cuanto al promedio de ventas anuales por unidad, el 77,5% de ellos manifestó vender un millón de pesos o menos y al ampliar la cobertura,

para incluir a todos aquellos que tuvieron cinco millones de pesos o menos de transacciones comerciales por año, quedó incluido el 95,5% del total de negocios. En cuanto al número de empleados que tuvieran, el 89,9% de los almacenes afirmó contar con los servicios de menos de cinco empleados y con menos de 10 el 97% del total.

Cada uno de los conjuntos comerciales contribuyó de manera diferente al volumen total de las ventas. En el centro de Cúcuta se concentra la actividad mercantil, un 68,4% de la misma se realiza en sus establecimientos; las plazas de mercado atienden 13,9% y el Centro Comercial Bolívar el 7,3%, para

citar los más importantes. El centro de Pamplona contribuye con 3,5% y La Parada con 2% del total de las transacciones registradas en la región.

Estos siete núcleos también presentaron una evolución diferente en sus actividades durante 1976. El Centro Comercial Bolívar duplicó sus ventas; en cambio, las actividades mercantiles en las plazas de mercado y La Parada crecieron a un ritmo inferior al registrado por el comercio regional en su conjunto. Los restantes núcleos aumentaron sus ventas en una forma proporcional.

El valor de las operaciones comerciales de los 3.899 establecimientos localizados en la zona fronteriza, ascendieron durante 1976 a \$ 5.543 millones, de los cuales 74,8% correspondió a transacciones al por menor, y el complemento, 25,2% al comercio al por mayor.

Las ventas aumentaron en dicho año 36,6% si se las compara con las alcanzadas un año atrás; el co-

mercio al por menor registró un mayor incremento, como se aprecia en el cuadro 8.

El comercio al por mayor presenta una considerable concentración de sus actividades en el centro de la ciudad de Cúcuta. En 1976 esta clase de comercio muestra un incremento en sus ventas inferior al anotado por el comercio en general, pues solo aumentó 24,5%.

El comercio minorista atiende las tres cuartas partes de la actividad comercial. Presenta una mejor distribución de sus operaciones en los siete núcleos de la región, aunque el predominio del centro de Cúcuta continúa, pues en él se realizó el 66,6% de las ventas al detal. También se observó una considerable expansión en sus ventas, pues ellas se incrementaron en 41,2% entre 1975 y el siguiente año. El Centro Comercial Bolívar, las ventas callejeras y el centro de Cúcuta fueron los conjuntos comerciales en donde el aumento en las ventas fue mayor.

CUADRO 8

Ventas anuales del comercio fronterizo, según localización de los establecimientos

Localización	Totales		Variación %	Al por mayor		Variación %	Al por menor		Variación %
	Millones de pesos 1975	1976		Millones de pesos 1975	1976		Millones de pesos 1975	1976	
Centro de Cúcuta	2.804,1	3.791,7	35,2	810,3	1.030,9	27,2	1.993,7	2.760,8	38,5
Centro Comercial Bolívar	202,3	405,5	100,4	0,9	0,7	-22,2	201,4	404,8	101,0
Plazas de mercado	623,7	771,6	23,7	300,2	350,2	16,7	323,6	421,4	30,2
Mercados populares de mercancías..	142,7	189,3	32,7	—	—	—	142,7	189,3	32,7
Ventas callejeras	55,9	82,9	48,3	—	—	—	55,9	82,9	48,3
Total de Cúcuta	3.828,7	5.241,0	36,9	1.111,4	1.381,8	24,3	2.717,3	3.859,2	42,0
Pamplona	139,8	191,0	36,6	9,3	11,8	26,9	130,5	179,2	37,3
La Parada	89,2	111,4	24,9	0,5	2,4	380,0	88,7	109,0	22,9
Gran total	4.057,7	5.543,4	36,6	1.121,2	1.396,0	24,5	2.936,5	4.147,4	41,2

Fuente: Censo Comercial de Cúcuta, 1976.

2.5 Componentes de la demanda comercial

Como se anotó anteriormente, la demanda que atiende este comercio tiene dos componentes; el interno regional, y el externo, conformado por las adquisiciones que realizan los visitantes venezolanos en la zona fronteriza colombiana.

A la demanda externa correspondió una tercera parte de la efectiva realizada en 1976. Como se observa en el cuadro 9, constituyó el factor expansivo directo del comercio en dicho año. También se manifestó con mayor intensidad en las transacciones al detal, pues a ellas se debe imputar el 93,4% de las ventas totales efectuadas a los venezolanos.

CUADRO 9

Componentes de la demanda comercial en la región fronteriza

Componentes	Ventas anuales		Variación %
	Millones de pesos 1975	1976	
Interna	2.853,7	3.624,7	27,0
Venezolana	1.204,0	1.918,7	59,4
Total	4.057,7	5.543,4	36,6

Fuente: Censo Comercial de Cúcuta, 1976.

Aunque otros núcleos comerciales están mejor localizados para atender la demanda venezolana, como es el caso de La Parada, del Centro Comercial Bolívar y de los mercados populares de mercancías, las mayores ventas al comprador del vecino país se realizaron en el centro de Cúcuta.

Además las ventas a venezolanos aumentaron en todos los núcleos comerciales. Ello obedeció a que las adquisiciones efectuadas por los compradores del vecino país, en cada núcleo, presentó una tasa de crecimiento mayor que sus ventas totales.

CUADRO 10

Ventas a venezolanos según localización de los establecimientos

Localización	Ventas anuales Millones de pesos				Variación % Ventas 1976/ 1975
	1975	%	1976	%	
Centro de Cúcuta	812,3	67,5	1.251,7	65,2	54,1
Centro Comercial Bolívar	126,8	10,5	289,2	15,1	128,1
Plazas de mercado	44,9	3,7	60,7	3,2	35,2
Mercados populares de mercancías	80,9	6,7	115,0	6,0	42,2
Ventas callejeras	22,2	1,9	36,4	1,9	64,0
Total Cúcuta	1.087,1	90,3	1.753,0	91,4	61,3
La Parada	74,0	6,1	96,8	5,0	30,8
Pamplona	42,9	3,6	68,9	3,6	60,6
Gran total	1.204,0	100,0	1.918,7	100,0	59,4

Fuente: Censo Comercial de Cúcuta, 1976.

Según lo descrito, se puede concluir que es el factor exógeno la causa de la reactivación del comercio regional en los dos años anteriores, particularmente en 1976. En ese año ocurrió un auge de la actividad sin precedentes, debido no solo a los mayores volúmenes de ventas por almacén, sino a la aparición de nuevos establecimientos comerciales, hechos que se presentaron con más énfasis en aquellos renglones de mercancías de mayor demanda por parte de los visitantes venezolanos.

2.6 Principales renglones de mercancías vendidas a venezolanos

A tiempo que las ventas totales del comercio regional se incrementaron en 36,6%, las efectuadas a venezolanos aumentaron 59,4%. Examinadas las variaciones de cada uno de los grupos que integran el

comercio al por menor, modalidad que registró una mayor expansión, se observó que, sin excepción, presentaron incrementos mayores en sus ventas a venezolanos que en las correspondientes a las totales.

Como ya se comentó, el 93,4% de las transacciones comerciales efectuadas a venezolanos en la región fueron al detal. Hay tres grupos de almacenes que influyen en esta actividad, no solo por el valor de sus ventas, sino también por el número de establecimientos.

Si se considera el valor de las ventas, el grupo de establecimientos que expenden prendas de vestir y calzado domina el comercio ya que el 19,7% de las ventas totales y 39,9% de las correspondientes a venezolanos fueron realizadas por este tipo de distribuidores. En segundo término se presentan los almacenes que forman el grupo denominado "no clasificados", en el cual tienen un gran peso los almacenes por departamentos de la clase de Ley y Tía que funcionan en la región. Este grupo manejó el 16,1% de las ventas totales y el 23,2% de las ventas a venezolanos. En tercer término se encuentran los expendios de productos alimenticios, ubicados en su mayoría en las plazas de mercado, atendieron el 13,6% de las ventas totales y el 9,9% de las efectuadas a los venezolanos.

Si se observa el número de establecimientos que tiene cada grupo en que se divide el comercio, son los mismos conjuntos los que presentan un mayor número de almacenes, aunque en orden de importancia diferente: los más abundantes son los expendios de víveres, con 1.430 establecimientos, el 36,7% del total; le sigue el grupo de prendas de vestir y calzado, con 1.121 almacenes, el 28,8% del total, y en tercer lugar está el grupo de los no clasificados, con 430 establecimientos, el 11,0% del total.

Los productos que gozan de una mayor demanda por parte del comprador venezolano son las confecciones: prendas unisexo elaboradas en tela jean, pantalones de dacrón para hombre, camisas de dacrón, ropa interior para dama y caballero, blusas y slacks; en segundo lugar se destacan los alimentos: carne de res, arroz, caraota, frijol, papa, azúcar, panela y café molido; a continuación están los artículos de cuero: calzado, bolsos y maletas y por último un grupo heterogéneo el cual incluye entre otros productos: llantas para automotores, cosméticos y drogas.

Número de establecimientos, participación relativa y variación de las
ventas totales y a venezolanos según clase de comercio

CIIU Código	Clase de comercio	Número de estable- cimientos	Participación relativa de las ventas en 1976		Variación % de las ventas entre 1975 y 1976	
			Total	A venezolanos	Total	A venezolanos
6	Comercio total	3.899	100,0	100,0	36,6	59,4
61	Comercio al por mayor	228	25,2	6,6	24,5	48,0
61010	Productos agrícolas en bruto	3	0,3	0,9	-7,4	-7,8
61020	Minerales y metales	2	0,2	0,4	152,0	100,0
61030	Productos químicos industriales	2	(1)	(1)	—	—
61040	Madera aserrada y materiales de construcción y cemento	9	1,1	0,3	84,3	49,6
61050	Maquinaria y material para industria, comercio y la agricultura	2	0,1	0,1	-29,0	-40,2
61060	Vehículos automóviles y accesorios	3	0,2	(1)	8,3	101,3
61070	Artículos de ferretería y eléctricos	2	0,5	0,2	47,6	57,3
61080	Productos alimenticios, bebidas, tabaco	140	14,1	3,2	20,3	89,1
61090	Productos textiles exceptuando artículos confeccionados de materiales textiles	10	2,2	0,1	2,6	5,9
61100	Prendas de vestir y accesorios	30	3,5	0,8	46,5	20,1
61110	Muebles y accesorios para el hogar	7	0,2	0,4	60,1	54,1
61120	Drogas y preparados de tocador	4	1,2	(1)	30,4	—
61150	Otros	14	1,6	0,2	23,2	28,7
62	Comercio al por menor	3.671	74,8	93,4	41,2	60,2
62010	Mercancías en general	254	3,6	4,4	29,6	46,3
62020	Tiendas para la venta de productos alimenticios y bebidas alcohólicas	1.430	13,6	9,9	31,3	37,4
62030	Prendas de vestir y calzado	1.121	19,6	39,9	55,7	65,6
62040	Farmacias	108	4,5	5,6	25,2	28,7
62050	Muebles, utensilios y accesorios para el hogar y la oficina	123	6,9	3,6	49,0	98,6
62060	Artículos de porcelana, vidrio y metal para la construcción	108	4,3	3,0	38,9	72,9
62070	Vehículos, automóviles, motocicletas y sus repuestos	90	5,9	3,6	24,5	43,5
62080	Estaciones de gasolina	7	0,4	0,2	17,3	40,5
62090	No clasificados	430	16,0	23,2	47,5	72,7

Fuente: Censo Comercial de Cúcuta, 1976. (1) Valores inferiores a 0,05%.

2.7 Constitución de nuevos establecimientos comerciales

De los establecimientos comerciales que funcionaron en 1976 en la zona fronteriza bajo estudio, un 20,4% declaró que había iniciado labores en ese año. Con excepción de La Parada, los demás núcleos comerciales aumentaron en forma notable su número de establecimientos durante el año comentado.

Tal como se analizó en párrafos anteriores, La Parada, el Centro Comercial Bolívar y los mercados populares de mercancías son los conjuntos comer-

ciales que están más orientados a satisfacer la demanda venezolana. Sin embargo, el primero de ellos mostró el menor incremento en las ventas a venezolanos y registró la más baja aparición relativa de nuevos establecimientos durante 1976, lo cual indica que este núcleo comercial atraviesa una fase de estabilización en sus actividades. Además, la construcción de una variante de la autopista a la frontera, desvió el tráfico a la periferia de la localidad en detrimento del comercio de la parte central. En cuanto al Centro Comercial Bolívar, se observa que fue en el pasado año cuando consolidó sus actividades comerciales.

**Distribución relativa de establecimientos según año de iniciación de labores
y localización**

Localización	Número de estable- cimientos en 1976	Distribución relativa según año de iniciación de labores			
		Total	Antes de 1975	En 1975	En 1976
Centro de Cúcuta	1.445	100,0	63,1	11,4	25,5
Centro Comercial Bolívar	97	100,0	13,4	45,4	41,2
Plazas de mercado	1.161	100,0	83,7	4,7	11,6
Mercados populares de mercancías	379	100,0	84,1	4,0	11,9
Ventas callejeras	472	100,0	63,1	8,7	28,2
Total de Cúcuta	3.554	100,0	70,7	9,0	20,3
Centro de Pamplona	228	100,0	60,1	11,4	28,5
La Parada	117	100,0	79,5	13,7	6,8
Gran total	3.899	100,0	70,3	9,3	20,4

Fuente: Censo Comercial de Cúcuta, 1976.

3. Conclusiones

Los resultados obtenidos en el presente estudio ponen de presente la forma como la región fronteriza colombiana se beneficia de su vecindad con un país de las características económicas como las de Venezuela, mediante la creación de un importante sector comercial orientado a atender la demanda de los compradores llegados del país fronterizo.

Esta actividad comercial no solo crea en la región empleo y genera ingresos para un vasto sector de

su población, sino que extiende sus efectos a otras regiones del país en donde se producen los bienes que son distribuidos por los establecimientos comerciales de Cúcuta, Villa del Rosario y Pamplona.

Además, este trabajo permite conocer con cierto detalle la demanda que siente el comercio, no solo en cuanto a cuantía se refiere, sino con respecto a su composición por grupos de bienes que son objeto de las transacciones.